

# От данных к результату: практические кейсы настройки ТОЧНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Алексей Шиховец

Руководитель отдела стратегических проектов, VK



# Сбор данных и дедупликация

Объединение обезличенных данных о маркетинговых касаниях аудитории в онлайн и офлайн-каналах



до **40%**

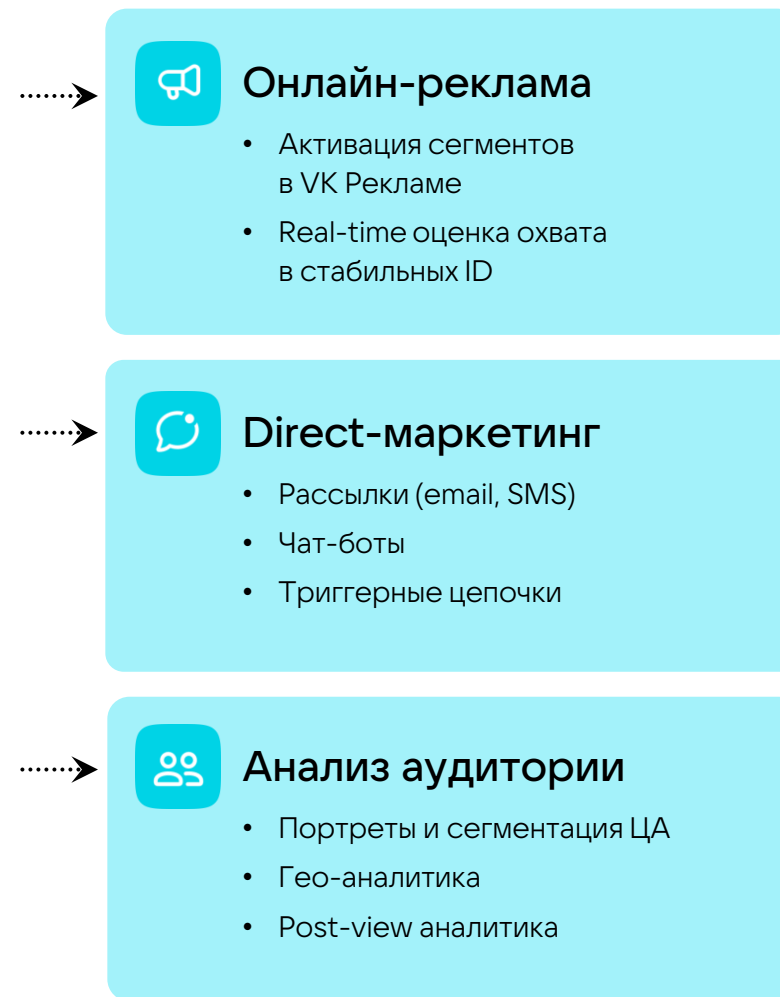
записей о клиентах в единой базе —  
повторяющиеся из-за объединения  
данных из разных источников



**Дедупликация**

очищает базу  
от дублирующих записей  
без потери значимых данных

# Стабильный идентификатор VK



# Фокус на долгосрочные КОММУНИКАЦИИ

- Раннее выявление интересов
- Своевременная адаптация коммуникаций
- Реактивация спустя длительное время

# Ретроспективные аудитории

Сбор вовлеченной аудитории

Сезонная реактивация

Усиление стандартных таргетингов

**AKC**

Сегмент из CDP на основе прошлых кампаний

**x2,2** ▲

Выше CR% добавлений в корзину, чем предустановленные сегменты

**x1,6** ▲

Выше CR% добавлений в корзину, чем бенчмарк по данному формату

**DaB**

Повторное вовлечение пользователей, кликнувших на рекламу полгода назад

**x2,8** ▲

Выше CTR%, чем иные размещения в кампании

**x3,2** ▲

Выше CR% добавлений в корзину, чем иные размещения в кампании



Микс базовых настроек рекламного кабинета и данных из CDP

**0,3%** CTR

Базовый предустановленный сегмент

**0,4%** CTR

Гибридный сегмент: базовый + данные из CDP

**0,53%** CTR

Кастомный сегмент: только CDP на базе прошедших кампаний

# Точность таргетинга

- Выявление скрытых паттернов поведения
- Поиск аудитории, склонной к конверсии

# Кастомные сегменты

Портретирование  
500+ уникальных признаков

Машинное обучение

Дата-коллаборации  
без обмена ПДн

## HONOR

Поиск узких аудиторий за рамками базового таргетинга площадок

**+19%** ▲

Выше CTR, чем в иных размещениях в кампании

**-64%** ▼

Ниже CPC, чем в иных размещениях в кампании

## skypro

Поиск пользователей, похожих на совершивших целевое действие

**+40%** ▲

Выше CTR, чем в иных размещениях в кампании

**-15%** ▼

Ниже CPC, чем в иных размещениях в кампании

## РИВ ГОШ & FMCG-бренд

Федеративное обучение на основе обезличенных партнерских данных

**87%** vs 68%

Brand Awareness

**251%** vs 170%

ROAS

# Глубокая смысловая персонализация

- Сегментация с учетом теории поколений
- Психотипирование и выявление триггеров
- Адаптация коммуникаций под ценности клиента

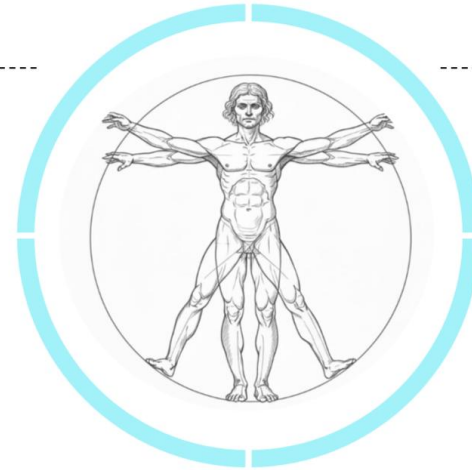
## Многомерный профиль аудитории: онлайн & офлайн контекст

### 👤 Личность

- Пол
- Возраст
- Характер
- Психотип

### 🌐 Онлайн

- Любимые платформы
- Контент
- Лайки, комментарии
- Тренды
- Амбассадоры



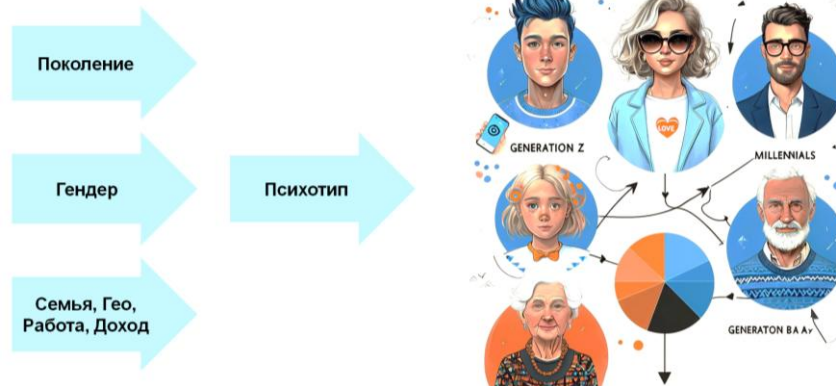
### 🏠 Окружение

- Семья
- Коллеги
- Друзья
- Интересы

### 🔒 Оффлайн

- Работа
- Хобби
- Покупки
- Путешествия
- Магазины

## Логика формирования сегментов в AI Persona (VK Predict)



# 53

универсальных  
однородных  
непересекающихся  
микросегмента

# Портрет поколений

Gen Z (<24)



Gen Y (25–44)



Gen X (45–60)



Бумеры (60+)



Главная ценность

Самовыражение  
и поиск себя

Карьера, семья  
и инновации

Стабильность  
и надежность

Мудрость  
и традиции

Стиль жизни

Гейминг, обучение,  
тренды

Многозадачность,  
доставка, авто

Дача, недвиж.,  
забота о здоровье

Культура,  
спорт, садоводство

Финансы

Копят «на мечту»  
(до 250к)

Ипотеки, карты,  
кредиты семьи

Крупные вклады,  
инвестиции

Консервативные вклады,  
биржа

Каналы связи

Соцсети, стриминг,  
игры

Приложения,  
Push-уведомления

ТВ,  
экспертные порталы

ТВ, звонки,  
личное общение

Что продает?

Интерактив  
и хайп

Удобство  
и лояльность

Качество  
и отзывы

Уважение  
и проверенность

# Однородные сегменты с учетом психогномики

## Гики-работяги



- Отличаются повышенной **цифровой грамотностью**. На работе демонстрируют продуктивность и вовлечённость, а в вечерние часы проводят досуг за играми, онлайн-трансляциями и просмотром сериалов
- Отличаются **интровертностью** и техническим складом ума, обладают выраженными аналитическими способностями. Предпочитают сохранять дистанцию, быстро увлекаются новыми идеями и реализуют их на практике
- Коммуникацию рекомендуется выстраивать через **акцент на возможностях**: демонстрируйте, как продукт способен упростить жизнь. Важно подчёркивать статус знатока, умеющего выбирать оптимальные инструменты

## Успешные предприниматели



- Успешные профессионалы, руководители или владельцы бизнеса. Их приоритет — **благополучие семьи**. Инвестируют в качество жизни и комфорт, как основу устойчивого будущего
- Отличаются уравновешенностью и прагматичным подходом, ориентированы на семью и близкое окружение. Являются **реалистами и экстравертами**, характеризуются эмоциональной стабильностью и осторожным отношением к инновациям
- В коммуникации рекомендуется акцентировать внимание на роли защитника и кормильца. Следует делать **упор на практичность и удобство**, предлагая решения, обеспечивающие максимальный результат при минимальных усилиях

## Синие воротнички



- Мужчины в зрелом возрасте, обладающие высоким уровнем профессионализма и устойчивым доходом. Отличаются **практичностью** и уверенным положением в обществе
- Для них характерна сдержанность и самодостаточность. Обладают **интровертным** складом личности. Характеризуются любознательностью и практическим подходом, отдают предпочтение проверенным решениям и проявляют осторожность в отношении новинок
- В коммуникации рекомендуется акцентировать **внимание на семейных ценностях** и возможности обеспечить благополучие близких

# Синергия данных и генеративного ИИ

- Генерация персонализированных креативов, учитывающих интересы разных аудиторий

# Искусственный интеллект, прокачанный данными

Студенты



Monarch 3 в 1 — твой друг по знаниям! Сделай паузу между лекциями и замешай перерыв с Monarch 3в1

Офисные работники



Замешай перерыв с Monarch 3в1! Освежи мысли во время рабочего дня с Monarch 3в1

Геймеры



Monarch 3 в 1 — твоя энергия побед! Новый уровень отдыха в перерывах между катками

ИИ-креативы vs Контрольные

CR:

×5

CPM:

↓ 22%

Запоминаемость креативов:

↑ 57%

Ассоциация с брендом:

↑ 91%

Намерение к покупке:

↑ 50%



Спасибо  
за внимание!